

19 JANV 1008

CPC 131/1008
131
1008
1008

Le marché de la charque de poisson du Pacifique à Honolulu, à Seattle et en Californie du sud

Rapport établi en juillet 1996 pour la Commission du Pacifique Sud

par

Robert Gillett
(Gillett, Preston and Associates Inc.)

SPC Library

33226
Bibliothèque CPS

Étude financée par le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD)
dans le cadre du Projet régional de soutien à la pêche et de renforcement des moyens nationaux

Commission du Pacifique Sud

Commission du Pacifique Sud
Nouméa (Nouvelle-Calédonie)

25509 (A)

© Copyright, Commission du Pacifique Sud, 1997

La Commission du Pacifique Sud autorise la reproduction, même partielle, de ce document, sous quelque forme que ce soit, à condition qu'il soit fait mention de l'origine.

Texte original : anglais

Commission du Pacifique Sud, catalogage avant publication (CIP)

Gillett, Robert

Le marché de la charque de poisson du Pacifique à Honolulu, à Seattle et en Californie du sud : rapport établi pour la Commission du Pacifique Sud par Robert Gillett

1. Fish Trade—Oceania 2. Fishery Products—Oceania—Marketing I Gillett, Preston and Associates Inc. II South Pacific Commission III Title

639.2095

AACR2

ISBN 982-203-596-9

Commission du Pacifique Sud,
BP D5
98848 Nouméa cedex
Nouméa (Nouvelle-Calédonie), 1997
Téléphone : (687) 26 20 00
Télécopieur : (687) 26 38 18
Mél : spc@spc.org.nc
<http://www.spc.org.nc/>

RÉSUMÉ

L'auteur s'est rendu à Honolulu, à Seattle et en plusieurs lieux de Californie du sud. Il s'est entretenu avec diverses personnes ayant une bonne connaissance du marché des produits de la mer et a recensé les distributeurs de ces produits pour solliciter leur avis sur la charque de thon du Pacifique. Il a par ailleurs cherché des produits analogues à la charque de thon et tenté d'identifier leurs fabricants. Des échantillons de charque de thon ont été présentés aux distributeurs, producteurs, détaillants et consommateurs pour qu'ils indiquent leur opinion. Des informations ont également été rassemblées sur l'importation de produits de la mer aux États-Unis d'Amérique.

À l'heure actuelle, la commercialisation de la charque de thon du Pacifique aux États-Unis d'Amérique semble se heurter de plein fouet à la concurrence de producteurs déjà implantés qui, d'une part, sont sur leur propre territoire et, d'autre part, ont des coûts de production moindres. Il est donc recommandé aux producteurs océaniques de ne cibler ce marché que s'ils peuvent compter sur quelque avantage comparatif. L'auteur a pu en dégager quelques-uns, mais il n'est pas certain qu'ils perdureront. Il énumère, pour finir, les personnes consultées et les entreprises concernées.

SOMMAIRE

	Page
1. Introduction	1
2. Études précédemment réalisées sur le marché du poisson séché aux États-Unis d'Amérique	1
3. Activités et évaluation de la situation actuelle des marchés	1
3.1 Activités à Hawaï	1
3.2 La situation actuelle à Hawaï	2
3.3 Activités à Seattle	3
3.4 La situation à Seattle	4
3.5 Activités en Californie du sud	5
3.6 La situation en Californie du sud	5
4. Articles de charque de poisson actuellement disponibles dans les états de l'ouest américain	6
5. Attitudes des consommateurs face à la charque	6
6. Les caractéristiques les plus prisées du produit	7
7. La présentation du produit	8
8. Les prix	8
9. Précisions relatives aux facteurs ayant une incidence sur l'importation de produits de la mer séchés	9
9.1 Procédures douanières	9
9.2 Tarifs douaniers	9
9.3 Dispositions concernant l'étiquetage et le conditionnement	10
10. Le système d'inspection HACCP des produits de la mer	10
11. Les avantages comparatifs de la charque de poisson du Pacifique	12
12. Perspectives à long terme de la charque de thon du Pacifique sur la côte ouest des États-Unis d'Amérique	13
13. Stratégie de commercialisation envisageable	13
14. Conseil et assistance en matière de promotion et de commercialisation	14
15. Bibliographie	15
Annexe 1 : Mandat de l'expert-conseil	17
Annexe 2 : Personnes contactées	19
Annexe 3 : Sociétés commerciales ayant exprimé un intérêt pour la charque de thon du Pacifique ou méritant mention à quelque autre titre	21

1. Introduction

Dans les pays insulaires océaniques, le développement de la pêche est souvent limité par des problèmes de débouchés. Au cours des dernières décennies, les tentatives se sont multipliées pour contourner ces difficultés par divers moyens, au nombre desquels la construction de congélateurs et le recours à des bateaux de collecte du poisson. Dans l'ensemble, ces tentatives n'ont pas donné grand résultat. Plusieurs pays ont essayé une formule différente de développement fondée sur la production artisanale de charque de thon provenant de leurs abondantes ressources hauturières. Roberts (1994) a étudié l'évolution de ces projets océaniques de transformation du thon en charque ("jerky").

À l'heure actuelle, les consommateurs américains représentent un petit marché où la charque de thon du Pacifique se vend au détail à 89,20 dollars É.-U. le kilo¹. Il y a de quoi attirer l'attention des producteurs de charque de poisson, d'autant que les zones urbaines de Honolulu, de Seattle et de Californie du sud représentent un potentiel de 20 millions de consommateurs. On a entrepris diverses études sur le potentiel commercial de la charque de thon du Pacifique en Australie, en Nouvelle-Zélande et au Japon, sans jamais se pencher sérieusement sur les débouchés possibles aux États-Unis d'Amérique. C'est pour pallier cette carence que la Commission du Pacifique Sud a confié à un expert-conseil la tâche d'évaluer la situation actuelle et le potentiel de la charque de poisson sur divers marchés de l'ouest américain. Le mandat de l'expert-conseil fait l'objet de l'annexe 1. Fin juin et début juillet 1996, ce dernier a passé trois jours à Honolulu, trois jours à Seattle et quatre jours en Californie du sud.

2. Études précédemment réalisées sur le marché du poisson séché aux États-Unis d'Amérique

En juillet 1987, la division des ressources océaniques du département d'État d'Hawaï pour le commerce et le développement économique a réalisé une étude de consommation des produits de la mer pour mieux cerner les habitudes de consommation des résidents d'Hawaï. Les quatre cents enquêtes signalaient qu'environ un pour cent des produits de la mer qu'ils consommaient étaient séchés et qu'il s'agissait principalement de bonite (dite "aku"). Selon l'une des conclusions de cette étude, ils pensaient que la majorité des produits consommés provenaient des eaux d'Hawaï—alors même que plus des trois-quarts des produits de la mer consommés à Hawaï ne proviennent pas de cet État—ce qui laisse à penser que les consommateurs préfèrent le poisson pêché localement.

Les statistiques du Service national américain des pêches maritimes (NMFS, 1995) montrent que la consommation annuelle par habitant de produits de transformation du poisson (catégorie qui comprend le poisson fumé et la charque de poisson) a chuté de 0,5 livre (0,22 kilo) en 1974 à 0,3 livre (0,13 kg) en 1994.

Sur la côte ouest, la charque de poisson et le saumon fumé sont fréquemment vendus dans les mêmes rayons; les données de commercialisation concernant le saumon fumé peuvent peut-être dès lors s'appliquer aussi à la charque de poisson. Brooks et Anderson (1993) ont entrepris en février et mars 1990 une enquête nationale portant sur 691 restaurants, magasins de détail et épicerie fines. Une forte proportion d'épicerie fines (56%) vendant du saumon fumé. Cette enquête a également révélé que parmi ces trois points de vente, ce sont les épicerie fines qui sont les moins sensibles aux fluctuations de prix.

3. Activités et évaluation de la situation actuelle des marchés

3.1 Activités à Hawaï

En arrivant à Honolulu, l'auteur s'est entretenu de la commercialisation de la charque de thon avec douze personnes connaissant bien la transformation du poisson et la commercialisation des produits de la mer à Hawaï (annexe 2). Il s'est ensuite rendu dans 26 magasins de vins et de spiritueux, petits commerces de quartier, supermarchés et poissonneries de Waikiki, Honolulu, Pearl City et de la côte nord. Il a acheté des échantillons de tous les types de charque de poisson disponibles. Ce faisant, il a pu prendre contact avec quatre producteurs de charque de marlin séché, avec des distributeurs de produits de la mer intéressés par le poisson séché et avec quatre

¹ Soit 2,50 dollars É.-U. les 28 grammes

distributeurs d'aliments de type "amuse-gueule". Il a également rencontré trois personnes qui l'ont conseillé en matière de promotion commerciale, ainsi qu'un producteur de charque de thon des Îles Marshall. Ces personnes et entreprises sont installées sur l'île d'Oahu, sauf cinq qui se trouvent à Kailua-Kona, sur l'île d'Hawaï, et une autre à Maui. Au cours des entretiens, l'auteur a présenté des échantillons de la charque produite par *Teikabuti Fishing Company*, à Kiribati, et sollicité l'opinion de ses interlocuteurs quant à son goût, son apparence et son conditionnement.

3.2 La situation actuelle à Hawaï

À Hawaï, on considère la charque de poisson comme un "amuse-gueule" et non comme un produit de la mer. À part la charque de thon de Kiribati repérée dans un marché aux poissons, la seule charque de poisson proposée est faite avec du marlin et se vend généralement au même rayon que la charque de bœuf. C'est surtout dans la région de Kailua-Kona que l'on produit de la charque de thon, en raison apparemment d'une tradition de préparation de charque de marlin et de thon jaune. Le prix désormais élevé de cette dernière espèce explique que l'on ne trouve plus de charque de thon jaune dans les magasins de détail. Les personnes bien informées du commerce des produits de la mer dans l'État d'Hawaï signalent que de nombreuses entreprises produisent de la charque, sans compter le grand nombre de petits producteurs non déclarés. La charque de Kiribati est commercialisée par un distributeur de produits de la mer alors que la charque de marlin se vend essentiellement dans les snack-bars.

Les habitants d'Hawaï, comme les touristes, apprécient la charque de bœuf, vendue dans la plupart des magasins de vins et de spiritueux, les petites épiceries de quartier et les magasins d'alimentation. Il existe également de la charque de dinde, beaucoup moins connue, que l'on n'a trouvée que dans trois des magasins de détail visités.

De nombreuses poissonneries de détail proposent du thon jaune et de la bonite séchés (donc des produits non marinés), qui se présentent en bandes de 30 cm de long sur 2 de large. La seiche séchée de Thaïlande, dont la texture s'apparente à celle de la charque, est vendue dans de nombreux magasins d'alimentation. On a également trouvé de la charque de bœuf dans un magasin spécialisé dans les produits de la mer.

Les neuf articles de charque de marlin recensés au cours de l'enquête se présentaient en emballages de 28 à 226 g. À l'exception d'un produit d'apparence filandreuse appelé "*Honey Sesame Fish Mix*" (mélange de poisson au miel et au sésame), et d'un autre composé de morceaux assez gros et appelé "*Barbecue Marlin Jerky*" (charque de marlin arôme barbecue), ils avaient tous l'aspect de la charque de thon. L'article de 226 g est censé s'offrir en cadeau, et on peut lire sur l'étiquette : "Aloha de Kona, Hawaï, la capitale mondiale de la pêche au marlin". Quatre produits portent des étiquettes indiquant "sans conservateur, sans MSG²"; un autre article signale la présence de glutamate de sodium (un agent de sapidité), un autre déclare du benzoate de sodium (un conservateur), un autre encore ne contient ni conservateur, ni glutamate de sodium, mais ne le signale pas, et le dernier ne porte aucune étiquette. Tous ces produits sont conditionnés sous étui plastique classique (mais pas sous vide) et l'article cadeau est en plus emballé dans une boîte colorée sur laquelle trois paragraphes présentent la tradition culturelle du produit. Quatre des articles (provenant tous du même producteur) comportent des informations sur les caractéristiques nutritionnelles du produit. Sur un autre article figurent des mentions en japonais.

Les produits hawaïens en magasin se vendent entre 10 dollars pour l'article à offrir et 0,99 dollar pour le "*Hawaiian dried marlin*" (marlin séché d'Hawaï), soit un prix de vente au détail de 3,3 à 7,9 cents le gramme. À titre de comparaison, la charque de thon de Kiribati se vend 8,9 cents le gramme dans les boutiques de détail d'Honolulu; quant à la charque de bœuf et à la seiche séchée, elles sont respectivement proposées à environ 5 cents et 6,5 cents dans les petites épiceries. On trouvera au tableau 1 des indications précises sur les prix et les producteurs.

Le marlin utilisé pour la préparation de la charque provient de diverses sources. Il est parfois acheté aux nombreux pêcheurs sportifs d'Hawaï, mais semble essentiellement venir des palangriers hawaïens ou étrangers. Il n'a pas été possible d'obtenir des informations sur le prix de vente du marlin aux producteurs de charque, mais il est sans doute largement moins élevé que celui du thon jaune de qualité inférieure. L'un des distributeurs d'"amuse-gueule" d'Honolulu a signalé qu'un producteur vend pour 16,50 dollars le kilo des conteneurs de 5 livres (2,27 kg) de charque de marlin en vrac destinée à être conditionnée et vendue à Honolulu.

² Glutamate de sodium

Tableau 1 : Les différents articles de charque de poisson recensés à Hawaï

Produit	Producteur et/ou distributeur	Prix au détail
Charque de marlin au miel et à la noix de macadamia	Asia Trans and Co. Inc. P.O. Box 5314 Kailua-Kona, Hawaï 96740 Téléphone : (808) 325-3287	10,00 \$ les 226 grammes
Charque de marlin à l'oignon et au poivre	Asia Trans and Co. Inc.	3,00 \$ les 49 grammes
Mélange de poisson (marlin/morue) au miel et au sésame	Asia Trans and Co. Inc.	échantillon donné au magasin de détail
Charque épicée de marlin de Kona	Asia Trans and Co. Inc.	3,00 \$ les 49 grammes
Charque de marlin de Kona arôme Taegu	Asia Trans and Co. Inc.	3,89 \$ les 49 grammes
Charque de marlin non étiquetée, achetée en vrac à Asia Trans et conditionnée par Taniguchi	Taniguchi Store 2065, S. Beretania St. Honolulu, Hawaï, 96826 Télécopieur : (808) 945-7963	3,50 \$ les 60 grammes
Marlin séché d'Hawaï	Kona Dried Foods P.O. Box 272, Kailua-Kona, Hawaï 96745 Télécopieur : (808) 326-1859	0,99 \$ les 30 grammes
Charque de marlin arôme barbecue de marque Miz Hawaï (la liste des ingrédients indique : espadon)	Pacific Rim Seafood Inc. Honolulu, Hawaï, 96813 (ne figure pas dans l'annuaire)	3,49 \$ les 56,7 grammes
Marlin séché d'Hawaï	Hawaiian Dried Foods P.O. Box 272, Kailua-Kona, Hawaï, 96745 Télécopieur : (808) 329-2431	échantillon donné au magasin de détail
Charque Surf (une étiquette supplémentaire indique : "charque de thon—Teriyaki")	Transformée et conditionnée en association entre Island Nation Enterprises et Teikabuti Fishing Company Ltd. P.O. Box 241, Bikenibeu, Tarawa, Kiribati	2,50 \$ les 28 grammes

3.3 Activités à Seattle

L'expert-conseil a d'abord pris contact avec sept personnes ayant une bonne connaissance du marché des produits de la mer dans le Pacifique nord-ouest (annexe 2). Ces entretiens et la visite de magasins de détail l'ont amené à la conclusion qu'il existait cinq débouchés potentiels pour la charque de thon : les boutiques spécialisées en fruits et produits de la mer, les magasins vendant des "amuse-gueule", les magasins proposant des aliments pour le camping, les magasins d'alimentation diététique et, enfin, les épiceries fines ou les magasins d'alimentation dotés d'un bon rayon gastronomique. Après quoi, l'expert-conseil a contacté par téléphone des entreprises appartenant à chacune de ces catégories et a rendu visite à celles qui ont exprimé un intérêt pour la charque de thon. Il a présenté aux personnes qui l'ont reçu des échantillons de la charque produite par *Teikabuti Fishing Company* à Kiribati afin de recueillir des avis sur son goût, son apparence et son conditionnement. Les producteurs et magasins de détail visités se trouvent dans les quartiers du nord de Seattle (Shoreline, Ballard, Downtown, Lake City, University District et Munroe). L'expert-conseil a pu obtenir des échantillons de charque de saumon et recueillir des informations

sur les produits susceptibles de concurrencer la charque de thon. Il s'est enfin entretenu de diverses questions relatives à la charque de thon avec des représentants de l'Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA).

3.4 La situation à Seattle

Le seul type de charque de poisson que l'on trouve aisément dans la région de Seattle est la charque de saumon. C'est un produit relativement bien connu dans la zone qui est considéré comme un article gastronomique et non comme un "amuse-gueule". On le trouve aux côtés du saumon dans les rayons destinés aux produits de la mer des magasins d'alimentation des quartiers aisés, dans les poissonneries de détail qui proposent des produits de la mer gastronomiques et dans certaines boutiques pour touristes vendant de l'alimentation. La plupart des magasins de détail qui vendent plusieurs marques de saumon fumé vendent aussi de la charque de saumon. Les personnes qui connaissent bien le commerce des produits de la mer dans la région de Seattle signalent que nombre des producteurs de saumon fumé produisent également de la charque de saumon. Dans l'annuaire de Seattle, on compte 18 entreprises de fumage du poisson.

On trouve de la charque de bœuf dans quasiment tous les magasins d'alimentation et épicerie de quartier de la zone, ainsi que dans les magasins de sport qui proposent des aliments pour le camping. La moitié environ des magasins qui proposent de la charque de bœuf vendent aussi de la charque de dinde, dont l'étiquette précise souvent la faible teneur en matière grasse.

Quatre des cinq articles de charque de saumon dénombrés sont fumés. L'un est vendu en vrac, un autre sous sac plastique scellé et les autres dans des étuis sous vide. Deux des étiquettes comportent des informations sur les caractéristiques nutritionnelles du produit, et trois articles se déclarent composés d'ingrédients naturels : "Pas d'additifs de synthèse", "Complètement naturel" et "Pas de colorant ni de conservateur artificiels" ! À l'inverse, un autre article déclare de l'ascorbate de sodium au nombre de ses ingrédients. On trouvera au tableau 2 ci-dessous des indications précises sur les prix et les producteurs.

Tableau 2 : Les différents articles de charque de poisson recensés à Seattle

Produit	Producteur et/ou distributeur	Prix au détail
Charque de saumon fumé au miel, au poivre, Teriyaki et à la mode de Seattle	AHP Enterprises P.O. Box 39 Thorp, Washington	2,99 \$ les 35 grammes
Charque de saumon Seabear au gingembre	Sea Bear Anacortes Washington, 98221 Téléphone : (360) 293-4661	2,69 \$ les 28 grammes
Charque de saumon Trapper's Creek au poivre	Alaska Smokehouse Woodin, Washington 98072 Téléphone : 485-2621	3,69 \$ les 42 grammes
Charque de saumon Circle Sea "entièrement naturelle"	Circle Sea Seafoods Monroe, Washington 98272 Téléphone : (206) 483-1177	2,29 \$ les 28,35 g
Charque de saumon en vrac, vendue à la livre	Pure Foods Fish Market Market Area, Downtown Seattle	15,90 \$ la livre

Les quatre marques de charque de saumon conditionnée se présentent en emballages pesant de 28 à 42 g, pour un prix au détail de 8 à 9,6 cents le gramme, qu'il faut comparer aux 8,9 cents le gramme pour la charque de Kiribati vendue en magasin. On a également trouvé dans les petites épicerie de Seattle de la charque de bœuf et de dinde dont le prix variait de 4,00 à 7,1 cents le gramme. À l'heure actuelle, le saumon utilisé pour la préparation de la charque se vend à bas prix. Pendant la semaine où a été réalisée l'enquête, le marché était engorgé et le saumon à chair rose se vendait en Alaska au prix moyen de 0,13 dollar le kilo. À Seattle, un bloc de saumon rose surgelé de

45 kg, étêté et vidé, se vendrait normalement cette année 0,65 dollar le kilo environ. Il faut aussi signaler que la charque peut être préparée à partir de poisson de qualité inférieure et il n'est pas impossible—puisque les producteurs de saumon fumé sont aussi ceux qui confectionnent la charque de saumon—qu'une partie au moins de cette charque soit préparée à partir de rebuts de fumage, ce qui réduirait d'autant le coût de la matière première.

3.5 Activités en Californie du sud

À son arrivée en Californie du sud, l'expert-conseil s'est mis en contact avec douze personnes ayant une bonne connaissance du marché des produits de la mer, de l'alimentation en gros et du commerce d'articles de camping (voir annexe 2). Ces personnes ont proposé diverses possibilités en vue de la commercialisation de la charque de thon dans cette zone et signalé plusieurs entreprises qui pourraient être intéressées par ce produit. Une trentaine de sociétés commerciales de la région située entre San Francisco et San Diego ont été contactées par téléphone. Il est rare que les acheteurs du secteur alimentaire prennent directement les appels téléphoniques, et l'expert-conseil a souvent laissé des messages téléphoniques enregistrés. Si ces messages restaient sans réponse après trois tentatives, il en concluait que l'acheteur en question n'était pas intéressé par la charque de thon. Il a également tenté de recenser les producteurs californiens de charque de thon et a rendu visite à une entreprise en faillite. Il s'est ensuite rendu dans des magasins de détail des municipalités de San Diego, Orange, Los Angeles, Ventura et Santa Barbara pour se faire une idée de l'opinion des commerçants sur la charque de thon du Pacifique, s'informer des préférences des consommateurs et se procurer des échantillons de la charque de poisson produite en Californie. Il a enfin pris contact avec des représentants de l'Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA) et du Service national des pêches maritimes (NMFS) pour obtenir des informations sur la réglementation applicable au conditionnement et à l'étiquetage et sur la mise en application du nouveau système d'inspection du poisson et des produits dérivés du poisson qui résulte du plan HACCP (analyse des risques et des points de contrôle critique) visant à garantir la sécurité des consommateurs (ce plan est décrit au chapitre 10).

3.6 La situation en Californie du sud

On a récemment enregistré en Californie plusieurs tentatives de production de charque de thon. *Phil's Smokehouse*, à Modesto au centre de l'État, reste le seul producteur en activité. La société *Three Star Fish Company*, du centre de Los Angeles, également propriétaire de *L.A. Smoking and Curing*, produisait auparavant de la charque de thon et de saumon, mais s'est heurtée à des problèmes de commercialisation et s'est retirée de ce marché. *Pure Foods*—qui se faisait également appeler *San Diego Uni and Seafood*—à National City, près de San Diego, produisait de la charque de thon jusqu'à très récemment, mais la société n'existe plus. Une autre marque de charque de thon se vendait à San Diego jusqu'en juin 1995, mais la société—dont le siège se situerait à Del Mar—n'est plus en activité. Il se pourrait que *National City Firm* et l'entreprise de Del Mar ne soient en fait qu'une seule et même société. *Trader Joe's*, une grande chaîne de magasins proposant un choix considérable "d'amuse-gueule" de luxe, vend de la charque de saumon sous son propre label. Le fait que l'emballage de ce produit soit identique à celui de la charque de thon de marque *Phil's Smokehouse* laisse à penser qu'il existe quelque relation commerciale entre les deux entreprises. Les magasins s'adressant à la communauté asiatique, qui est de plus en plus importante, vendent un produit analogue à la charque appelé "bouchées de poisson de la mer du Nord", composé de poisson, d'amidon et de piment.

Il ressortirait des informations réunies au cours de cette brève visite en Californie du sud que la charque de poisson est essentiellement vendue comme "amuse-gueule" diététique dans des boutiques de luxe. Sur l'étiquette de l'article de *Phil's Smokehouse*, on peut lire : "100 pour cent sans matière grasse", "Sans glutamate de sodium", "Entièrement naturel" et "Sans danger pour les dauphins". L'étiquette de la charque de saumon indique : "Sans glutamate de sodium" et "Entièrement naturel". À la différence de ceux d'Honolulu et de Seattle, les consommateurs de Californie du sud ignorent largement l'existence de la charque de poisson, bien que ce terme soit évocateur pour nombre de professionnels du marché des produits de la mer. La charque de poisson semble aussi inconnue comme aliment de camping.

La charque de bœuf et, dans une moindre mesure, la charque de dinde, sont très prisées. On trouve de la charque de viande dans la quasi-totalité des magasins d'alimentation, des petites épiceries de quartier et des magasins de vins et spiritueux. Les commerçants semblent néanmoins peu désireux d'acheter de la charque à qui que ce soit, à l'exception des grands producteurs. Il

apparaîtrait que les consommateurs de charque de bœuf sont fort différents de ceux ciblés par les distributeurs de charque de poisson qui semblent à la fois plus raffinés et plus aisés. La réglementation de Californie du sud considère le marlin comme un poisson de pêche sportive qui ne peut être mis en vente, ce qui explique l'absence de charque de marlin dans les magasins de détail de cette région.

La seule marque de charque de thon trouvée en magasin se vendait en paquets de 71 g, pour un prix au détail de 4,2 cents le gramme. Le même magasin de détail vend également de la charque de bœuf, de dinde et de saumon au même prix et pour le même poids. La charque de thon et la charque de saumon se présentent en étuis plastiques scellés. On trouvera au tableau 3 ci-dessous des renseignements précis sur les prix et les producteurs.

Tableau 3 : Les différents articles de charque de poisson recensés en Californie du sud

Produit	Producteur et/ou distributeur	Prix au détail
Phil's Original Ahi Jerky Phil (La vraie charque de Ahi)	Phil's Smokehouse 500 9th St. Modesto Ca 95354 Téléphone : 209-549-1206 Télécopieur : 209-549-0136	2,99 \$ les 71 grammes
Trader Joe's Salmon Fillet Jerky (Charque de filet de saumon de Trader Joe's)	Trader Joe's 538 Mission Street South Pasadena, CA 91030 Téléphone : 818-441-1177 Télécopieur : 818-441-9573	2,99 \$ les 71 grammes
North Sea Fish Snacks (Bouchées de poisson de la mer du Nord)	Mean-Full Company Ltd. Taipei, Taïwan Télécopieur: (02)591-1066 Téléphone : (02)591-6128	0,69 \$ les 28 grammes

Selon un négociant en poisson qui dit avoir vendu du thon à *Phil's Smokehouse* et à *Pure Foods* pour la confection de charque, le thon jaune, dépouillé et débarrassé de la partie sombre, se vendait entre 1,30 et 2,30 dollars la livre. Il a ajouté qu'une bonne expérience du commerce du thon devrait permettre d'abaisser considérablement ces prix.

4. Articles de charque de poisson actuellement disponibles dans les États de l'ouest américain

Au cours de sa mission, l'expert-conseil a cherché à réunir le plus grand nombre possible d'échantillons de charque de poisson actuellement proposés aux consommateurs d'Honolulu, de Seattle et de Californie du sud. Il a pu dénombrer 18 articles de charque de poisson ou produits analogues à la charque. On en trouvera la liste détaillée aux tableaux 1 à 3.

5. Attitudes des consommateurs face à la charque

Il faut constater des différences considérables dans l'attitude des consommateurs d'Honolulu d'une part, et de Seattle et de Californie du sud d'autre part. À Honolulu, la charque de poisson semble faire pendant à la charque de bœuf, alors que sur la côte ouest, c'est un "amuse-gueule" diététique de luxe destiné à des consommateurs aisés et avertis. Les consommateurs de la côte ouest se préoccupent de connaître les ingrédients des produits, leurs qualités diététiques et la présence d'additifs de synthèse, d'agents de conservation et de glutamate de sodium, ce qui revêt généralement une importance moindre à Honolulu.

Tant à Honolulu que sur la côte ouest, un goût de poisson prononcé constitue un inconvénient. Tous les distributeurs interrogés, sans exception, reniflaient l'échantillon de charque de thon après ouverture de l'emballage pour détecter d'éventuelles odeurs fortes de poisson. Dans l'idéal, l'apparence, le goût et l'odeur semblent devoir être aussi proches que possible de ceux de la charque de bœuf.

Un producteur océanien de charque a émis l'idée que les communautés asiatiques de la côte ouest pourraient constituer une cible commerciale pour des produits à fort goût de poisson. Il semblerait toutefois que ce ne soit pas du tout le cas, si l'on en croit un grossiste qui approvisionne la nouvelle communauté asiatique de la municipalité d'Orange, en Californie. Bien que les Asiatiques soient gros consommateurs de produits dérivés du poisson et qu'ils en apprécient le goût, ces produits se présentent sous leur forme traditionnelle et sont destinés à des plats qu'ils ont l'habitude de manger. Un nouveau produit à base de poisson n'est donc pas vraiment susceptible de faire une percée immédiate dans la communauté asiatique américaine.

Puisqu'il s'agit de thon, il y a également un aspect qui mérite d'être mentionné. Les consommateurs de la côte ouest sont extrêmement sensibles au fait que la pêche thonière à la senne dans le Pacifique oriental ait, par le passé, provoqué une forte mortalité chez les dauphins. Afin de montrer qu'aucun mammifère marin n'a été tué pour capturer le poisson utilisé pour la fabrication d'un produit à base de thon, de nombreux producteurs ajoutent désormais sur l'emballage un logo qui précise "Sans danger pour les dauphins". C'est là un aspect important pour la charque de thon commercialisée aux États-Unis d'Amérique.

6. Les caractéristiques les plus prisées du produit

L'expert-conseil a examiné la présentation de produits autres que la charque. On trouve à Hawaï un produit non mariné qui se présente en tranches plus épaisses (*aku* séché et *ahi* séché). Les Indiens d'Amérique consommaient, sur la côte ouest, un aliment similaire connue sous le nom de *squaw candy* (ou friandise des femmes peau-rouge). Par comparaison avec la charque, ces articles ont une valeur ajoutée moindre (27,50 dollars le kilo contre 89,20 dollars le kilo) qui laisse à penser que cette présentation ne devrait pas être retenue par les producteurs océaniens. Il faut aussi tenir compte de l'étroitesse extrême du marché.

Un distributeur de produits de la mer a émis l'idée que la charque se vendrait mieux si elle se présentait en bâtonnets ronds, ce que n'ont pas confirmé les consommateurs et autres distributeurs. Une marque de charque de marlin se présente effectivement en morceaux mais, de l'avis d'un commerçant, elle ne se vend pas bien. Pour le thon séché, aucune autre présentation ne semble en fait mieux adaptée que celle de la charque classique en lamelles.

Plusieurs distributeurs estiment qu'en matière de charque, de poisson, de bœuf ou autre, le consommateur doit avoir le choix entre plusieurs arômes. Au cours de son enquête, l'expert-conseil a recensé les arômes suivants : naturel, teriyaki, piment, poivre, fumé au gingembre, fumé au miel, fumé au poivre, épicé, oignon-poivre, noix de macadamia, miel-noix de macadamia, et miel-sésame. Un distributeur "d'amuse-gueule" d'Honolulu a indiqué que la charque de marlin arôme teriyaki était la plus recherchée. Sur la côte ouest, c'est l'arôme piment qui a la préférence, d'après les quelques essais effectués. L'importance qu'attache le consommateur à l'arôme semble confirmer l'idée qu'il n'achète pas cet article pour son goût de poisson, mais plutôt pour découvrir une saveur nouvelle ou remplacer la charque de viande.

Bien que la charque de thon commercialisée sur la côte ouest passe de toute évidence pour un "amuse-gueule" diététique de luxe, la production californienne semble être de piètre qualité. L'échantillon examiné (*Phil's Original Ahi Jerky*) se composait de morceaux irréguliers et le paquet contenait de nombreuses miettes. Certains des détaillants et distributeurs auxquels a été présenté l'échantillon de charque de Kiribati ont émis une opinion très favorable sur sa qualité. Selon un producteur fidjien, on peut, bien-sûr, confectionner de la charque avec du thon de qualité inférieure, mais la charque de qualité ne peut être préparée qu'avec du poisson de qualité.

Si l'on cherche à cibler des consommateurs raffinés et plus exigeants, il semblerait souhaitable que la charque de thon ait une texture moins caoutchouteuse. Un détaillant a fait valoir que personne n'aime se débattre avec un aliment difficile à mâcher en plein milieu d'un cocktail raffiné.

Les distributeurs et détaillants ont en outre fait diverses observations sur la taille des emballages. Ils sont dans l'ensemble tous d'accord pour dire qu'un poids net de 28 g devrait être la plus petite taille proposée. Plusieurs détaillants estiment par ailleurs que des paquets de charque en vrac allant de 2,5 à 25 kg pourraient aussi être proposés pour le cas où les grossistes souhaiteraient conditionner le produit eux-mêmes, sous leur propre label. Un grossiste en produits dérivés du poisson qui approvisionne de grands magasins d'alimentation de luxe a aussi avancé que la charque de thon

pourrait très bien se vendre comme "article d'impulsion", proposé à proximité des caisses-enregistreuses, mais qu'il faudrait alors des emballages de plus petite taille (pour un même poids net) dans la mesure où l'espace est compté dans cette zone.

7. La présentation du produit

Les distributeurs et détaillants de produits de la mer ont fréquemment fait valoir que l'étiquette et l'emballage constituaient des facteurs déterminants de vente pour un produit tel que la charque de thon, l'idéal étant d'avoir une étiquette astucieuse qui attire l'attention tout en décrivant le produit. De ce point de vue, il serait sans doute fort utile de faire appel à un graphiste professionnel ayant l'expérience de la publicité des produits de la mer. En voici deux :

- Eric Woo Design, 77 Bishop St., Suite 2120, Honolulu, Hawaï, Téléphone (1-808) 545-7442;
- Les Hatta Graphic Art, 1012 Piikoi St., Suite 209, Honolulu, Hawaï, Téléphone (1-808) 596-0866.

L'un des rares avantages qu'a la charque de thon du Pacifique par rapport aux produits analogues préparés sur la côte ouest est que le poisson provient des eaux propres, claires et limpides des îles tropicales. L'emballage devrait faire valoir cette image. L'origine du produit devrait également figurer de façon particulière sur l'emballage extérieur. Pour l'heure, la charque de thon de Kiribati est vendue à Hawaï sous une étiquette bien conçue mais qui ne tire pas suffisamment parti de l'origine géographique hors du commun du produit. On peut en juger :

- l'emballage se contente de mentionner à deux reprises "Produit à Kiribati"; or, la majorité des consommateurs, même à Hawaï, n'ont pas la moindre idée de ce qu'est Kiribati ni de sa situation géographique;
- l'un des articles de charque de marlin vendu à Hawaï propose sur son emballage l'information suivante : "Aloha, la charque de poisson a toujours été une importante ressource alimentaire à Hawaï. Bien avant que la réfrigération ne soit inventée, les anciens Hawaïens tiraient profit de l'ensoleillement permanent de leur île pour sécher le poisson et assurer sa conservation. La confection de la charque de poisson s'est affinée au fil des années pour s'adapter aux exigences sanitaires et alimentaires d'aujourd'hui. Le partage traditionnel de la pêche a existé de tous temps à Hawaï et, grâce à la charque de marlin de qualité supérieure que nous préparons à Kailua-Kona (Hawaï), vous pouvez vous aussi partager nos traditions et apprécier notre "aloha"."

Ce sont ses qualités diététiques qui constituent l'un des principaux avantages de la charque de poisson par rapport à la charque classique de bœuf. La plupart des articles de charque de poisson vendus sur la côte ouest indiquent sur l'étiquette : "Entièrement naturel" et "Sans matière grasse". Les articles dépourvus de glutamate de sodium le signalent de façon très visible sur l'étiquette. (Il faut bien noter que la mention "Sans matière grasse" est erronée dans la mesure où toute chair animale, qu'il s'agisse de viande maigre ou de poisson, contient des lipides. Il est donc plus correct d'indiquer "Faible teneur en matière grasse" ou encore "Matière grasse réduite au minimum".)

Dans la mesure où la charque de poisson est assez méconnue, il est par ailleurs important que le consommateur puisse distinguer facilement le produit. Les distributeurs et les détaillants ont bien insisté sur le fait qu'il ne devait pas être dissimulé par son emballage ou son étiquette.

8. Les prix

L'étude approfondie des prix pratiqués n'entraîne pas dans le cadre de cette mission, d'autant que le prix de vente de la charque du Pacifique aux grossistes étrangers n'était pas disponible.

On trouvera aux sections 3.2, 3.4 et 3.6 quelques informations concernant le prix que paient les producteurs américains pour la matière première. Dans les tableaux 1 à 3 figurent les prix au détail des 18 articles de charque de poisson dénombrés au cours de cette mission.

De façon générale, le prix de vente au détail de la charque de thon de Kiribati à Hawaï, à 8,9 cents le gramme, est considérablement plus élevé que celui de la charque de marlin produite localement. La charque de saumon se vend en moyenne à 8,7 cents le gramme dans les magasins de Seattle,

alors qu'en Californie du sud, la charque de thon et la charque de saumon se vendent l'une et l'autre à 4,2 cents le gramme. Si l'on se fonde sur les observations recueillies au cours de l'enquête, il ne paraît pas conseillé de relever le prix de vente au détail de la charque de thon du Pacifique, étant donné le prix des autres articles de charque de poisson disponibles sur le marché.

9. Précisions relatives aux facteurs ayant une incidence sur l'importation de produits de la mer séchés

Les exportateurs désireux de cibler le marché américain peuvent trouver de nombreuses informations dans un ouvrage intitulé *Importing into the United States*³ (importer aux États-Unis d'Amérique). On y trouve notamment des informations sur l'importation de marchandises, la facturation, l'évaluation des droits, le marquage, les obligations spécifiques et les fraudes.

Les sociétés qui exportent de la charque de thon aux États-Unis d'Amérique, et notamment celles qui sont peu familières des échanges internationaux, doivent impérativement s'informer de la réglementation américaine concernant les procédures et tarifs douaniers, les conditions qui s'appliquent à l'étiquetage des produits et le futur régime d'inspection des marchandises à l'importation (dit HACCP).

9.1 Procédures douanières

Selon les publications officielles américaines, lorsqu'une expédition parvient aux États-Unis d'Amérique, il incombe à l'importateur (ou à son agent dûment mandaté) de présenter les documents d'importation des marchandises au directeur des douanes du port d'entrée. Les marchandises ne sont officiellement considérées comme importées qu'à partir du moment où l'expédition est parvenue au port d'entrée, que le service des douanes a autorisé leur livraison et que les droits de douane estimés ont été acquittés. Il incombe alors à l'importateur de prendre les mesures nécessaires à l'inspection et à la levée des marchandises.

Toute expédition doit faire l'objet d'une facture commerciale où figurent les informations suivantes :

- le port d'entrée auquel sont destinées les marchandises;
- la date et l'origine de l'expédition, ainsi que les noms de l'expéditeur et du destinataire;
- la description détaillée des marchandises;
- la quantité, en poids et mesures;
- la valeur marchande des biens, exprimée dans la monnaie que le propriétaire ou expéditeur aurait reçue ou acceptée si ces biens avaient été normalement vendus, dans les quantités habituelles, dans le pays d'exportation;
- la monnaie utilisée;
- l'ensemble des frais d'expédition et notamment le fret, l'assurance et le conditionnement;
- le pays d'origine.

9.2 Tarifs douaniers

Aux États-Unis d'Amérique, le thon simplement séché n'est pas frappé de droits de douane; toutefois, s'il subit la moindre préparation, des droits d'importation sont exigibles. Les représentants du service des douanes américaines à Seattle estiment que, la charque étant un produit mariné, elle a subi une préparation qui en fait donc un article imposable assujéti aux droits de douane. Il apparaît toutefois que certaines expéditions de charque du Pacifique soient entrées aux États-Unis d'Amérique en franchise, sans doute en raison du fait que les douaniers du port d'entrée ne connaissaient pas la préparation qu'implique la confection de la charque de thon.

³ *Importing into the United States* est une publication du service des douanes que l'on peut se procurer, contre paiement d'une somme de 6,50 dollars, à l'adresse suivante : The Superintendent of Documents, P.O. Box 371954, Pittsburg, PA, 15250-7954, États-Unis d'Amérique, Tél. : (202) 512-1800, Télécopieur : (202) 512-2250

Pour le thon, le tarif douanier harmonisé de 1996 fixe les droits de douane exigibles à 6 pour cent de la valeur du produit jusqu'à ce que le quota annuel soit atteint; au-delà, et jusqu'à la fin de l'exercice en cours, les droits s'établissent à 12,5 pour cent de la valeur déclarée. En 1996, le quota annuel a été atteint en mars.

Les droits sont calculés sur la "valeur transactionnelle" qui se compose du prix de vente à l'exportation aux États-Unis d'Amérique, majoré du coût du conditionnement, des commissions et des redevances, mais ne comprend ni l'assurance, ni les frais de transport, ni les droits relatifs à l'expédition internationale des marchandises sur les États-Unis d'Amérique.

9.3 Dispositions concernant l'étiquetage et le conditionnement

L'Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA) fixe la réglementation applicable aux produits alimentaires faisant l'objet d'un commerce international ou entre États. Elle exige à ce titre que la principale étiquette du produit porte les informations suivantes :

- la nature du produit, mentionnée en langue anglaise;
- le poids net du produit—indiqué en unités métriques et en unités de mesures anglaises—qui doit figurer sur le tiers inférieur de l'étiquette principale;
- les ingrédients, par ordre décroissant de poids;
- la raison sociale de l'entreprise et son adresse;
- des informations sur les valeurs nutritionnelles, précisant selon les usages la taille des portions, le nombre de portions par emballage, le nombre total de calories, les calories provenant des matières grasses ainsi que l'apport quotidien, en pourcentage, pour divers éléments nutritifs.

Certains articles sont exemptés de l'obligation d'indiquer ces caractéristiques nutritionnelles :

- les aliments produits par de petites entreprises (dont les ventes alimentaires ou le chiffre total des ventes ne dépasse pas respectivement 50 000 dollars et 500 000 dollars);
- les aliments dont l'emballage présente une surface totale inférieure à 12 pouces carrés (soit environ 30 cm²), auquel cas le producteur doit indiquer ses nom et adresses sur l'emballage pour pouvoir répondre à toute demande de renseignements sur la valeur nutritionnelle du produit.

Selon les représentants de la FDA, le conditionnement de la charque ne fait l'objet d'aucune disposition particulière.

Toute information complémentaire concernant la réglementation de la FDA au sujet de l'étiquetage et du conditionnement peut être demandée à l'adresse suivante : Food and Drug Administration, Division of Programs and Enforcement Policy (HFS-155), Office of Food Labeling, 200 C Street, S.W. Washington DC 20204, Téléphone : (1-202) 205-5228. On trouvera par ailleurs des renseignements plus complets sur l'étiquetage dans un ouvrage intitulé *A Food Labelling Guide* (Guide de l'étiquetage alimentaire) disponible auprès des services de la FDA.

10. Le système d'inspection HACCP des produits de la mer

À compter de décembre 1997, l'Administration américaine des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA) soumettra sur son territoire les produits de la mer faisant l'objet d'un commerce international ou entre États à un ensemble de conditions de manutention et/ou de préparation fixées aux termes d'un régime d'inspection appelé "*Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) plans*" (plan d'analyse des risques et des points de contrôle critique). Pour déterminer dans quelle mesure le régime HACCP pourrait avoir une incidence sur la commercialisation de la charque de thon du Pacifique, l'expert-conseil a consulté le conseiller de la CPS pour la valorisation des produits de la pêche, John Kaneko de *Pac Mar Inc.*, des représentants de l'Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques à Seattle, à Portland et à Los

Angeles, des agents du Service national américain des pêches maritimes à Los Angeles; il a également compulsé trois ouvrages récents sur la question.

À la différence d'autres systèmes d'inspection de la qualité des produits de la mer qui sont fondés sur des inspections périodiques du produit fini, l'analyse des risques et des points de contrôle critique (HACCP) vise à contrôler un produit tout au long de sa préparation. Il faut, pour ce faire, définir les étapes de production où peuvent survenir des détériorations de la qualité et préciser le suivi à effectuer afin que des mesures correctrices immédiates puissent être prises avant que des difficultés mineures ne deviennent des problèmes insurmontables. Griffin (1996) précise les sept étapes d'un plan HACCP :

1. Évaluation des risques et des dangers au fur et à mesure de la préparation du produit;
2. Détermination des points de contrôle critique, c'est-à-dire des étapes de production où il convient de se prémunir contre un risque donné pour préserver la qualité du produit;
3. Détermination des seuils que ne peut dépasser un produit aux points de contrôle;
4. Inspection de l'état des produits aux points de contrôle;
5. Correction des problèmes éventuellement constatés;
6. Consignation des informations permettant ultérieurement de localiser un lot de produits dans l'ensemble de la production;
7. Vérification du système quotidien d'enregistrement de l'information.

S'agissant de la transformation du thon, le plan HACCP porterait principalement sur les problèmes liés à la température et imposerait des contrôles rigoureux de température, notamment au moment où le poisson entre à l'unité de transformation. Un ouvrage de la FDA intitulé *Get Hooked on Seafood Safety* (Les mordus de la sécurité des produits de la mer) précise que les plans HACCP applicables aux scombridés susceptibles d'être toxiques doivent s'intéresser à l'instant critique où la matière première est réceptionnée et offre des conseils en vue de la sécurité de ces opérations : "La première personne qui réceptionne le poisson après sa capture—ou les produits dérivés de scombridés susceptibles d'être toxiques—doit s'assurer que le bateau pêcheur est équipé pour amener rapidement le poisson à une température interne de 40°F (soit 4,4°C) au plus et pour l'y maintenir, et que le poisson n'a pas séjourné suffisamment longtemps à une température susceptible de déclencher la formation d'histamines. Il est possible de déterminer la durée de séjour du poisson à diverses températures en exigeant du patron de pêche un certificat précisant la technique de pêche utilisée, les procédures de manutention du poisson à bord ainsi qu'un journal des températures et de la durée d'exécution des diverses manipulations..."

La mise en oeuvre des plans HACCP pourrait poser problème dans les pays insulaires océaniques. Dans quelques-uns au moins des pays producteurs de charque de thon, les pêcheurs ne disposent pas de glace leur permettant de conserver le poisson à basse température. La préparation de la charque implique diverses étapes de transformation dont chacune devrait en théorie faire l'objet d'un suivi conforme au plan. On ne sait toujours pas précisément comment vérifier que les plans HACCP ont été respectés par les unités de transformation, notamment celles situées en zones isolées ou dans des pays ne disposant pas d'une réglementation concernant la qualité du poisson. Il est difficile d'obtenir des informations à ce sujet auprès de la FDA, ce qui laisse à penser que les dispositions relatives à la mise en oeuvre de ce régime n'ont pas encore été finalisées.

Selon les fonctionnaires de la FDA à Seattle, c'est au transformateur de prouver qu'un plan HACCP est effectivement en place. Une autre opinion, sans doute plus réaliste, a été avancée par un agent du Service national américain des pêches maritimes à Los Angeles, à savoir que la FDA réduit ses effectifs lors même que plus d'une centaine de pays exportent des produits de la mer aux États-Unis d'Amérique. Ce qui se passera probablement, c'est que l'importateur devra avoir copie du plan HACCP du transformateur étranger et que ce plan sera examiné dans le détail si un problème de qualité vient à se poser. La charque étant un produit dérivé du thon, il est probable que l'on procédera plus souvent que par le passé à des recherches d'histamines et de listeria.

Il demeure que le respect de la réglementation HAACP pourrait tôt ou tard constituer un nouvel obstacle non-tarifaire. Il convient de signaler que les transformateurs américains dont les produits ne sont pas vendus hors de l'état de production ne sont pas concernés par cette nouvelle réglementation de la FDA, élément non négligeable pour qui veut se faire une idée de la concurrence. Enfin, il se pourrait également que les transformateurs américains fassent pression sur la FDA pour que le régime HACCP soit rigoureusement appliqué, ce qui aurait pour effet de réduire la concurrence étrangère.

11. Les avantages comparatifs de la charque de poisson du Pacifique

O'Neil (1992) s'est penché sur la commercialisation de nouveaux produits dérivés du thon du Pacifique et a conclu qu'il convenait de recenser et d'étudier les avantages concurrentiels durables de ces produits. C'est ainsi que l'on a cherché à dénombrer les avantages et inconvénients que peut présenter la charque de thon produite en Océanie par rapport à celle des États-Unis d'Amérique. En bref :

Avantages :

- Coût de la main d'œuvre : la main d'œuvre de la plupart des pays océaniques est relativement bon marché. En effet, le salaire minimum aux États-Unis d'Amérique s'établit aujourd'hui à 5,10 dollars l'heure, alors que les employés d'une unité de transformation de Tuvalu située sur une île périphérique touchent à l'heure actuelle 0,40 dollar de l'heure.
- Intérêt que pourrait susciter le poisson provenant des eaux limpides du Pacifique : cet élément ne vaudrait pas pour Hawaï, mais pourrait prendre toute sa valeur sur la côte ouest des États-Unis d'Amérique.

Inconvénients:

- Aspects pratiques de la conduite d'affaires à distance : à ce titre, il faut signaler le coût élevé des communications internationales dans les pays océaniques, les lourdes dépenses de voyage pour tout déplacement commercial, la multiplication des intermédiaires nécessaires à la commercialisation, les pertes encourues du fait des commissions de change et les difficultés rencontrées dans un univers étranger aux méthodes commerciales parfois brutales.
- Productivité de la main d'œuvre : s'il est vrai que le coût de la main d'œuvre océanique est relativement peu élevé, le rapport coût-efficacité est sans aucun doute moins bon dans le Pacifique qu'aux États-Unis d'Amérique.
- Coût de la matière première : sauf peut-être dans les pays dotés de flottilles de pêche thonière, il est probable que la matière première nécessaire à la préparation de la charque de thon (thon, marlin, saumon et ingrédients de marinade) coûterait davantage dans les pays insulaires océaniques qu'aux États-Unis d'Amérique.
- Transports en direction des marchés : pour acheminer leurs produits vers les marchés, les producteurs américains dépensent beaucoup moins que ceux situés à l'étranger qui sont obligés d'avoir recours au fret aérien.
- Hésitations des clients étrangers : certains distributeurs (notamment dans le secteur des "amuse-gueule") n'ont aucune expérience de l'importation et hésitent à s'engager dans des activités qui pourraient signifier pour eux un surcroît de travail.
- Facture électrique : dans les endroits où la charque n'est pas séchée au soleil, la facture électrique constitue un élément important du coût total de production qui, dans la plupart des pays océaniques, serait bien plus élevé qu'aux États-Unis d'Amérique.
- Tarifs douaniers : pendant la majeure partie de l'année, la charque de thon serait soumise à un droit d'importation de 12,5 pour cent à l'entrée aux États-Unis d'Amérique (Voir la section 9.2).

- Économies d'échelle : la production de charque à grande échelle, telle que la pratiquent aujourd'hui plusieurs sociétés de la côte ouest, fait baisser le coût unitaire de production et n'est sans doute pas possible dans les pays insulaires océaniques.

12. Perspectives à long terme de la charque de thon du Pacifique sur la côte ouest des États-Unis d'Amérique

Les éléments ci-dessus montrent aisément que la commercialisation de la charque de thon du Pacifique sur la côte ouest des États-Unis d'Amérique pose de nombreux problèmes. Le fait est que la charque de thon/poisson n'est pas un produit nouveau dans ce pays et les producteurs océaniques sont en butte à la concurrence de sociétés américaines bien implantées qui ont des coûts moins élevés. Le prix au gramme de la charque de thon produite à grande échelle en Californie est deux fois moins élevé que celui du produit de Kiribati en vente à Hawaï (4,2 cents par opposition à 8,9 cents le gramme). Indépendamment des questions liées à la concurrence, l'échec de certains producteurs américains déjà implantés laisse présager des difficultés supplémentaires pour les producteurs océaniques.

Il est par ailleurs crucial de savoir si un avantage comparatif se maintiendra dans le temps. La charque produite à Kiribati et vendue à Honolulu est présentée accompagnée d'une étiquette extrêmement bien pensée. Nombre de personnes interrogées au cours de l'enquête pensent que c'est en fait l'étiquette qui assure les ventes, offrant ainsi un avantage comparatif par rapport aux produits analogues. On peut pourtant douter que cet avantage perdure dans la mesure où les producteurs américains de charque ont accès aux services de graphistes qui, pour certains, sont spécialisés dans la promotion des produits de la mer.

Le prix du poisson, notamment de qualité supérieure, pourrait constituer un avantage pour les pays océaniques disposant d'une flottille de pêche thonière. On signale à la section 6.2 que c'est le marché des "amuse-gueule" diététiques de luxe qui est sans doute le plus porteur actuellement aux États-Unis d'Amérique. S'il est vrai qu'on ne peut préparer de la charque de qualité qu'à partir de poisson de qualité et si ce produit est recherché sur le marché en question, l'association poisson bon marché de qualité et main-d'œuvre peu coûteuse pourrait constituer un avantage comparatif. C'est là néanmoins une situation bien spécifique qui n'est pas celle de la plupart des pays insulaires océaniques et rien ne peut garantir que cet avantage perdure.

13. Stratégie de commercialisation envisageable

À l'heure actuelle, la commercialisation de la charque de thon du Pacifique aux États-Unis d'Amérique semble se heurter de plein fouet à la concurrence de producteurs déjà implantés qui sont d'une part sur leur propre territoire et ont d'autre part des coûts de production moindres. On recommande donc aux producteurs océaniques de ne cibler ce marché que s'ils peuvent compter sur quelque avantage comparatif. À l'exception peut-être de la possibilité de produire un article de qualité supérieure à partir de poisson bon marché mais de qualité et de s'appuyer sur une main d'œuvre bon marché, cette enquête n'a pas permis de mettre en évidence d'avantages comparatifs.

Si la situation venait à se modifier pour une raison quelconque ou si les producteurs océaniques entendaient parler de nouveaux débouchés possibles, il serait bon de tenir compte des éléments ci-dessous.

Sur la côte ouest, la charque de poisson devrait être commercialisée comme "amuse-gueule" diététique de luxe, l'accent étant mis sur le fait qu'il provient des eaux limpides des îles tropicales du Pacifique. Le produit idéal devrait :

- satisfaire à toutes les conditions d'étiquetage imposées par la FDA;
- se présenter sous un label astucieux et accrocheur;
- comporter sur l'emballage le symbole "Sans danger pour les dauphins";
- signaler la teneur peu élevée ou minimale en matière grasse, ainsi que le caractère entièrement naturel du produit;

- préciser que le produit ne contient pas de glutamate de sodium;
- comporter quelques lignes de présentation du produit et de son origine, comme cela a été fait sur le paquet vendu sous emballage cadeau à Hawaï, dont il est question à la section 7;
- être présenté sous un emballage permettant de bien voir la marchandise;
- avoir l'apparence, le goût et l'odeur de la charque de bœuf;
- ne comporter que peu ou pas de miettes;
- être de la couleur la plus claire possible;
- être composé de lamelles de mêmes longueur et largeur qui devraient correspondre aussi étroitement que possible à la longueur de l'emballage.

Certaines des entreprises commerciales interrogées au cours de l'enquête ont affiché un modeste intérêt pour une commercialisation de la charque de thon du Pacifique en coopération. Il s'agissait à la fois de producteurs de charque de thon et de distributeurs de produits de la mer. Les entreprises commerciales qui ont exprimé un intérêt (ou méritent d'être mentionnées à quelque autre titre) sont énumérées à l'annexe 3.

14. Conseil et assistance en matière de promotion et de commercialisation

On peut avoir recours à plusieurs sources de conseil et d'assistance en vue de la promotion et de la commercialisation sur le territoire américain de la charque du Pacifique, au nombre desquelles les services publics et parapublics, les aides à la commercialisation, les salons commerciaux et les revues publicitaires spécialisées.

Un attaché commercial également chargé de l'information en poste à l'Ambassade américaine de Suva a récemment commencé à fournir des informations aux producteurs désireux d'exporter vers les États-Unis d'Amérique. Selon les agents de l'Ambassade, ces informations concernent les débouchés possibles, la réglementation des importations et la crédibilité de sociétés américaines. Pour de plus amples informations, on s'adressera à M. N. Singh, attaché commercial et chargé de l'information, Ambassade des États-Unis d'Amérique à Fidji. Télécopieur : (679) 305-106.

L'aide à la commercialisation peut aussi prendre la forme d'une campagne promotionnelle conjointe pour la commercialisation de produits de la mer d'Hawaï et des pays océaniques; ces campagnes s'inscrivent dans le cadre du Programme de commercialisation des produits de la mer que finance la Division des Ressources océaniques de l'État d'Hawaï (ministère du Commerce, du développement économique et du tourisme). Les exportateurs océaniques de produits de la mer peuvent en bénéficier s'ils s'associent à un distributeur hawaïen pour les mêmes produits. L'associé océanique peut tirer profit du vaste réseau publicitaire d'Hawaï, et son partenaire hawaïen augmente ses approvisionnements et ses ventes de produits océaniques dans les autres États américains et à l'étranger. Enfin, le marché hawaïen risque moins d'être engorgé par un afflux de poisson du Pacifique.

Selon les responsables des activités promotionnelles, ce programme comprend une analyse de marché, l'élaboration d'une stratégie d'intervention, la production de supports publicitaires, la mise en place d'annonces publicitaires, l'organisation de manifestations promotionnelles et les démarches de relations publiques. Il vise essentiellement les thonidés et autres espèces pélagiques, de sorte que la charque de thon semble toute désignée. On peut se procurer sur simple demande des informations sur les éventuels partenaires commerciaux américains. Des renseignements complémentaires peuvent en outre être demandés à l'adresse suivante : Craig MacDonald, Ocean Resources Branch, Department of Business, Economic Development and Tourism, P.O. Box 2359, Honolulu, Hawaï, 96813. Télécopieur : 1-808-587-2777.

Par ailleurs, diverses sociétés commerciales américaines se spécialisent dans le service-conseil en matière de commercialisation des produits de la mer. L'une d'elle, *MTC Inc.* de Seattle, indique que, contre juste rémunération, elle est en mesure de faire vendre ce qu'elle estime être un bon produit

de la mer. Pour de plus amples informations sur ce service, on s'adressera à Andrew Peters, MTC. Télécopieur : (1-206) 621-0411.

Aux États-Unis d'Amérique, c'est aussi par le biais de salons commerciaux des produits de la mer que l'on assure la promotion de nouveaux produits. Le plus important de ces salons sur la côte ouest est *Sea fare International* qui se tient chaque année pendant la seconde quinzaine de septembre, et qui a eu lieu l'an dernier au même moment que le show de Las Vegas. On s'adressera à *Sea Fare Exhibitions*, télécopieur : (1-206) 789-6506, pour plus de détails. Un autre salon appelé *International Boston Seafood Show*, a lieu tous les ans sur la côte est; on y dénombre plus de 700 exposants et quelque 1 240 stands. Pour tout renseignement, il convient de s'adresser à *Diversified Exhibitions*. Télécopieur : (1-206) 842-5506.

La parution d'annonces publicitaires dans les revues spécialisées dans les produits de la mer constitue une autre démarche promotionnelle classique. L'une des plus importantes s'appelle *Seafood Leader* et son éditeur en chef peut être contacté par télécopieur au (1-206) 789-9193. On peut également écrire au magazine *Seafood Business*. Télécopie : (1-206) 286-8594.

Dans le numéro de janvier 1996 de *Seafood Leader*, il est dit qu'une vidéocassette d'information sur l'exportation des produits de la mer aux États-Unis d'Amérique peut être obtenue gratuitement auprès de *Flegenheimer Inc.* Téléphone : (1-800) 523-1616.

Il est peut-être possible par ailleurs de faire paraître des annonces publicitaires présentant la charque de thon comme aliment de camping dans le magazine *Outdoor Retailer* qui est publié par Miller Freeman, Télécopieur : (1-714) 497-2093. Il y a également deux grands salons annuels du camping qui se tiennent à Reno et à Salt Lake City. On s'adressera à Miller Freeman pour de plus amples informations à ce sujet.

15. Bibliographie

BROOKS & ANDERSON (1993). *The US market for smoked salmon*. University of Rhode Island.

CUSTOMS SERVICE (Service des douanes). *Importing into the United States*. ISBN 0-16-045392-5, U.S. Government Printing Office.

GRIFFIN, N. (1996). *USA publishes HACCP plan*. *Seafood International*, Mars 1996, p. 75-79.

FDA. *A labelling guide*. Food and Drug Administration, U.S. Department of Health (Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques, Ministère américain de la santé), Washington DC 20204.

NMFS (1995). *Fisheries of the United States, 1994*. National Marine Fisheries Service (Service national américain des pêches maritimes), Silverspring, Maryland.

O'NEILL, R. (1992). *Processing of novel tuna products in the Pacific Islands : desk study on the market*. Préparé par Excelink pour le Centre australien pour la recherche agricole internationale. (ACIAR)

ROBERTS, S. (1994). La transformation de nouveaux produits dérivés du thon. Document d'information 24, vingt-cinquième Conférence technique régionale sur les pêches, Commission du Pacifique Sud, Nouméa.

MANDAT DE L'EXPERT-CONSEIL

1. Vente de charque : évaluation de la situation actuelle et des perspectives commerciales, à Hawaï et dans diverses zones de la côte ouest, pour les articles de charque de poisson préparés dans les pays insulaires océaniques. Évaluation de l'attitude des consommateurs à l'égard des différents types de charque (bœuf, poisson, thon); prix, tailles, présentations et qualités les plus prisées. Détermination des facteurs ayant une incidence sur l'importation de produits de la mer séchés (réglementation des importations, pièces justificatives, droits de douane, obstacles sanitaires non-tarifaires, étiquetage, conditionnement, etc.).
2. Dispositions techniques à respecter : évaluation des conséquences du nouveau régime d'inspection des produits de la mer adopté par l'Administration américaine des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA) pour les procédés classiques de préparation de la charque de poisson ou d'autres produits séchés dérivés du poisson produits dans le Pacifique. Détermination et description des procédés spécialisés que pourrait impliquer la production de tout article nouveau ou amélioré identifié au cours de l'enquête.
3. Avantages comparatifs : description de tout avantage comparatif pouvant distinguer la charque de poisson et les autres produits séchés à valeur ajoutée sur les articles déjà commercialisés. Recommandations quant à la façon dont les producteurs océaniques peuvent se prévaloir de ces avantages.
4. Stratégies de production et de commercialisation : présentation des diverses sources de conseil et d'assistance auxquelles les producteurs océaniques pourraient s'adresser pour promouvoir et commercialiser la charque et les produits analogues aux États-Unis (comme par exemple les organismes de promotion commerciale); énumération des sociétés désireuses d'acheter ces produits ou d'investir dans des entreprises en association.

PERSONNES CONSULTÉES

(Se reporter à l'annexe 3 pour les sociétés commerciales)

Fidji

Steve Roberts, Commission du Pacifique Sud (Nouvelle-Calédonie)
 Mike Savins, Teikabuti Fishing Company (Kiribati)
 Kelvin Passfield, SCP Fisheries Consultants (Tuvalu)
 Robert Stone, Ocean Traders Ltd. (Fidji)

Hawaï

Ray Clarke, Service national américain des pêches maritimes (NMFS)
 Kurt Kawamoto, NMFS
 David Itano, Institut de biologie marine d'Hawaï
 Richard Shomura, expert-conseil en halieutique (retraité du NMFS)
 Peter Wilson, expert-conseil en halieutique
 John Kaneko, expert-conseil en halieutique
 Neils Sims, *Black Pearl Inc.*
 Mike McCoy, expert-conseil en halieutique
 Robert Harman, expert-conseil en halieutique
 Kevin Hart, expert-conseil en développement
 Jim Cook, *Pacific Ocean Producers*

Seattle

James Ianelli, NMFS
 Richard Ranta, NMFS
 Daniel Ito, NMFS
 Lee Alverson, expert-conseil en halieutique
 John Peters, *NW Food Technology Services*
 Andrew Peters, *MTC Marketing*
 Jeff McNamara, juriste spécialisé dans les questions halieutiques
 Darrel Thompson, Administration des produits alimentaires et pharmaceutiques (FDA)

Californie du sud

James Joseph, Commission inter-américaine du thon tropical (CIATT)
 Witek Klawe, CIATT
 Charles Packham, *Living Marine Resources Inc.*
 Michael Joseph, *Icomar Inc.*
 Vicky Crabill, *Crabill Wholesale Groceries*
 Michael McGowan, *Cabazon Inc.*
 Dave Burney, Fondation américaine pour les thonidés
 Mike Rivkin, *Famous Trails Inc.*
 Diane Pleshner, Conseil californien des produits de la mer
 Jane Townsend, Institut californien des produits de la mer
 Bernies Fink, *Van Camp Seafood* (retraîtée)
 Mike While, expert-conseil en halieutique

SOCIÉTÉS COMMERCIALES AYANT EXPRIMÉ UN INTÉRÊT POUR LA CHARQUE DE THON DU PACIFIQUE OU MÉRITANT MENTION À QUELQUE AUTRE TITRE

Jack Hadaway

Island Traders

Kailua-Kona, Hawaï

Téléphone : (808) 326-0786

Produit actuellement de la charque de poisson, mais n'envisage pas de possibilité de coopération avec les producteurs océaniques de charque de thon.

Chris Cho

Asia Trans Company

P.O. Box 5314

Kailua-Kona, Hawaï 96745

Télécopieur : (808) 329-6424

L'un des plus importants producteurs de charque de marlin. À signaler qu'il ne peut écouler l'intégralité de sa production. Étant donné les prix élevés du thon jaune, il s'est déclaré vaguement intéressé par la charque de thon produite en Océanie dans la perspective d'une distribution conjointe.

Ray Porter

Kiana Seafoods

85-810 Farrington Hwy

Waianae, Hawaï 96745

Téléphone : (808) 696-8825

Télécopieur : (808) 696-1777

Produit à l'heure actuelle de la charque de poisson. Un précédent directeur de cette même société (R. Mossman) avait exprimé un intérêt pour la distribution de charque de thon du Pacifique, mais la nouvelle direction n'a pas donné suite en dépit de plusieurs messages téléphoniques.

Bobby Kaneshiro

M. Kane's Fish Market

117-B Ahui St.

Honolulu, Hawaï

Téléphone : (808) 537-6886

Produit de la bonite séchée à partir de poisson surgelé importé du Japon. Ne voit pas de possibilités commerciales se dégager avec les producteurs océaniques de charque de thon.

Bill Kowalski

Hawaii International Seafoods

P.O. Box 30486

Honolulu, Hawaï 96820

Téléphone : (808) 839-5010

Télécopieur : (808) 833-0712

Importe du poisson frais du Pacifique Sud et semble avoir quelque intérêt commercial dans la charque de thon du Pacifique. N'a pas répondu à plusieurs messages téléphoniques.

Glen Tanoue

Tropic Fish and Vegetable Center

1020 Auahi St.

Honolulu, Hawaï 96814

Téléphone : (808) 591-2936

Télécopieur : (808) 591-2934

Distribue déjà de la charque de thon du Pacifique; pense que c'est un bon produit dont on devrait néanmoins améliorer le conditionnement.

Rodney Okada
 U. Okada and Company
 P.O. Box 898
 Honolulu, Hawaï 96808
 Téléphone : (808) 597-1102
 Télécopieur : (808) 591-6634

Estime que le marché de la charque de thon est assez étroit et qu'il n'y a place à Hawaï que pour un seul distributeur.

Burt Yonemoto
 Horimoto Fish Market
 1020 Auahi St.
 Honolulu, Hawaï 96814
 Téléphone : (808) 593-9071
 Télécopieur : (808) 593-9072

A fait preuve d'un léger intérêt pour la charque de thon du Pacifique mais s'inquiète de la durée de conservation du produit. Pense qu'il serait moins compliqué de traiter avec un transformateur local préparant de la charque de marlin.

David Marabella
 Garden & Valley Isle Seafood Company
 225 N. Nimitz #3
 Honolulu, Hawaï 96817
 Téléphone : (808) 524-4847
 Télécopieur : (808) 528-5590

Juge qu'il y a déjà trop de charque de marlin sur le marché et ne voit guère l'avantage que présenterait la charque de thon importée sur la charque de marlin déjà commercialisée.

James Kuwada
 Flying Seafoods
 73-4776 Kanalani St. #8
 Kailua-Kona, Hawaï 96740
 Téléphone : (808) 326-7708
 Télécopieur : (808) 329-3669

A montré un léger intérêt pour la charque de thon du Pacifique.

Arleen Bell
 Paradise Traders
 P.O. Box 2359
 Honolulu, Hawaï 96817
 Téléphone : (808) 839-2724
 Télécopieur : (808) 834-2315

Distribue des "amuse-gueule", y compris de la charque de marlin. S'est déclarée intéressée par la charque de thon du Pacifique, mais s'inquiète des procédures d'importation dont elle n'a guère l'expérience.

Ms. June
 Munchies
 Koburn St.
 Honolulu, Hawaï
 Téléphone : (808) 841-6641
 Télécopieur : (808) 848-8862

Distribue des "amuse-gueule" et a montré de l'intérêt pour la charque de thon du Pacifique.

Mark Wheeler
 Wheeler Seafoods Inc. 14001
 Lake City Way N.E.
 Seattle, Washington 98125
 Téléphone : (206) 361-2744
 Télécopieur : (206) 364-5308

Juge, en dépit de la stagnation actuelle, que les ventes de charque de saumon devraient reprendre. Serait intéressé par la distribution de charque de thon du Pacifique mais "à bon prix".

Jerry Packebush
 Circle Sea Seafoods
 17361 Tye St. S.E.
 Monroe, Washington 98272
 Téléphone : (360) 483-1177
 Télécopieur : (360)794-9312

Selon le prix, serait intéressé par la distribution de charque de thon du Pacifique de qualité supérieure, sous la marque *Circle Sea*.

Felix Seafoods
 Tye Street S.E.
 Monroe, Washington 98272
 Téléphone : 1-800-253-3549

A produit de la charque de thon par le passé, mais ne produit plus à présent que de la charque de saumon.

Tony Casad
 Seabear
 Ancortes, Washington 98221
 Téléphone : (360) 299-8109

Estime que la charque de poisson aura toujours du mal à concurrencer la charque de viande, mais souhaiterait néanmoins examiner des échantillons de charque de thon du Pacifique.

John Barnett
 Ocean Beauty Seafoods
 1100 W. Ewing
 Seattle, Washington
 Téléphone : (206) 284-6700

Grand distributeur de produits de la mer. Estime que le marché de la charque de thon du Pacifique est sans doute très étroit, mais serait intéressé par le produit si les détaillants en demandaient.

Jeff Baron
 Pacific Food Service
 1800 N.E. 44 St., Suite 201
 Renton, Washington
 Téléphone : (206) 226-7217
 Télécopieur : (206) 226-4739

Courtier et distributeur de produits de la mer. A exprimé quelque intérêt pour la charque de thon du Pacifique.

David Feiths
 Recreational Equipment Inc.
 Seattle, Washington
 Téléphone : (206) 395-3780

Très grand distributeur d'équipement et d'aliments de camping, notamment de charque de viande. N'a pas répondu à plusieurs messages téléphoniques bien que la charque de thon soit susceptible d'intéresser nombre de ses clients.

Ron Christianson
 Port Chatham Smoked Seafood
 Seattle, Washington
 Téléphone : (206) 783-8200

Cette société compte plusieurs magasins de détail et aurait été bien placée pour écouler de la charque de thon du Pacifique, mais elle n'a répondu à aucun des nombreux messages téléphoniques qui lui ont été adressés.

Mr. Vinny
 Pure Foods
 1545 Tidelands #G
 National City, California

Ancien producteur de charque de thon aujourd'hui en faillite.

Phil Carlson
 Phil's Smokehouse
 Modesto, California 95354
 Téléphone : (209) 549-0136
 Télécopieur : (209) 549-1206

Approvisionne la chaîne de magasins *Trader Joe's* en charque de thon. Serait intéressé par de la charque de thon du Pacifique, en vrac et "entièrement naturelle".

Marie Foresyth
 Trader Joe's
 538 Mission Street
 South Pasadena, California 91030
 Téléphone : (818) 441-1177
 Télécopieur : (818) 441-9573

Grande chaîne de magasins gastronomiques où se vend la charque de thon produite par *Phil's Smokehouse*. Souhaiterait peut-être examiner de la charque de thon du Pacifique confectionnée à partir "d'ingrédients entièrement naturels". A indiqué que la charque de thon "se vendait fort bien".

Howard Cline
 Three Star Fish Market (et L.A. Smoking and Curing)
 1300 Factory Place
 Los Angeles, California 90013
 Téléphone : (213) 624-2101
 Télécopieur : (213) 624-2369

A produit par le passé de la charque de thon qui s'est mal vendue et n'a donc aucune envie de distribuer un produit semblable préparé par d'autres transformateurs.

Dave Fong
 Cost Plus Imports
 San Francisco, California
 Télécopieur : (510) 893-7300

Grande chaîne de magasins d'alimentation gastronomique importée qui proposent des "amuse-gueule". Bien qu'elle ne vende pas de charque pour le moment, serait intéressée par la charque de thon du Pacifique.